

大阪・関西万博開催に向けた御意見

御所属 株式会社 KEN OKUYAMA DESIGN 代表取締役

御名前 奥山 清行 様

1. 2025年の大阪・関西万博に何を期待しますか。

(是非すべきこと、また、すべきではないこと、後世に残すべきもの等)

- インフラ、宿泊施設、広場はなるべく今後も使っていけるものを建設できたらよい。
- 1964年東京オリンピック後の1970年に大阪万博がおこなわれた。1960年～1970年代は日本が高度経済成長期で最も日本に勢いがあった。今回も2020年に東京オリンピック、2025年に大阪・関西万博が行われる。今後100年の日本を考えるきっかけになるのではないかな。
- 大阪・関西万博において、日本のブランディング力といった成果を示すことはできないか。企画・デザインを行える企業が重要である。製造業、サービス業といった分類ごとの展示ではなくトータルエクスペリエンス（ストーリーある体験）でみせる必要がある。
- 全体の構想に加え、日本館で何をやるか、世界の館に何を求めるかという課題もある。各世界館に内容を任せてしまうのではなく、全体を監修するプロデューサーを設定して大阪・関西万博としてテーマにあった内容を表現するように依頼してよい。
- プロデューサーが全体をまとめることで、各館での盛り上がりだけでなく、大阪・関西万博全体の盛り上がりにつながる。来場者を楽しませることも重要でありリピーターを増やすことにもつながる。万博はテーマパークとして面白いものであってもらいたい。
- これまで各国のパビリオンとして検討されてきているが、国の枠組みを除きテーマだけにしてしまうというのも面白いのではないかな。
- ストーリー展開や、体験、ブランディングの体現には結局のところ技術が必要なため、企業に参加をしてもらう必要がある。技術の体験には企業のスポンサーが必要。ただし、1社にこだわらずコンソーシアムという形もある。

2. 大阪・関西万博で見せるべきコンテンツは何でしょうか。

(例：最先端技術の実証、SDGs達成への貢献、ライフサイエンス分野との連携等)

- 日本は、伝統工芸品などの地場産業が根付いている。岩手県企業である岩鑄が作る鉄瓶は高額取引されている。伝統工芸品は先に話したブランド階級のピラミットの頂点と言える。以前の大量生産時代から今は少量多質生産に変わってきている。大量生産で1個500円でも買える商品は半年程度で消費されていくが、伝統工芸品で1日1個の生産で10万円するという商品は一生ものである。これからは一生ものを買う社会になっていくのではないかな。
- プラスチック製品など規制して削減することはできるが、規制ではなく消費者自ら商品のストーリーを好んで選択することでモノは大事にされ、一生ものが増えていく。
- 消費して捨てていく商品選択から、長く使えるものを選択する時代になる。万博ではライフスタイルの一部としてわかる見せ方が必要である。好きなものに囲まれて暮らす未来を見せてもよい。部屋には好きな絵を飾りつつ、生活に入り込んで使用される技術は最先端のものであるという見せ方。
- 今後ライフスタイルは大きく変わるだろう。現在のように会社組織に所属し通勤するという形態は崩壊しつつある。人が移動するのではなく、情報やモノが動く社会になる。大企業、中

小企業、学校という組織がなくなり、通勤・通学という移動がなくなり暮らしの根本が変わるのではないか。

- 未来を志向しつつ、雑誌や本、伝統、工芸品などをみせると同時に想像を超える 100 年後、200 年後の未来を見せたい。想像がつかない重いテーマである。

3. 会場計画及びインフラ整備について、新たなアイデアや御意見をお願いします。

(例：会場のデザイン、水面や緑地の利活用、待ち時間のない万博とするための手法、災害対策、暑さ対策等)

- 交通機関、人の導線、移動に関しては懸念を抱いている。現実的な導線を考えたときに4車線の夢舞大橋、夢咲トンネル、地下鉄だけでは2800万人を移動させることはできない。海上交通についても活用していただきたい。移動手段を増やす手段として従来のシャトルバスという案ではなく、自動運転技術の導入やシェアリング、電気自動車、水素自動車などの新しい技術による解決を期待している。
- エアモビリティの実証実験を万博で行ってほしい。大阪空港・神戸空港からの移動手段として活用することができる。
- すでにエアモビリティ（空飛ぶクルマ）の実用化検討は進められており、万博での実証実験も有人運転であれば可能である。
- 155ヘクタールある会場内の移動についても検討する必要がある。縦移動についてはエレベーターにより高速移動できるようになっているが、水平移動については現状最適なものは作られていない。
- 新しい体験がたくさんある万博であることが求められている。万博で技術を披露したいと考える企業は多い。デモンストラーションの場として万博は最高である。

4. そのほか、御自由に御意見をお願いします。

【待ち時間のない会場づくりについて】

- 以前検討してコストの関係で実現できなかったアイデアとして、事前にピンバッチなどに来場者個人の氏名、趣向などの個人情報をいれ胸元に着けて来場いただき、入り口でデータを読み取り個々にあったサービスを提供するというものがある。
- 会場に来てもらい、画一的なサービスをするのではなく、相手にあわせておもてなしを行うことが今のAI技術で可能になっている。来場時に「〇〇様いらっしゃいませ」と映し出し、各個人にあったコースを提案する。混雑状況も考慮させることで、待ち時間のない会場づくりにつなげることができる。
- バスの乗り降りに時間がかかる原因として、一か所から入って、一か所から出る仕組みであることから列ができてしまう。好きなところから入って、好きなところから出ることができれば列は緩和される。パビリオンを作るうえで入口、出口を決めることは見せる側としては流れが作りやすいが、どこから入ってみても楽しめる内容とし、どこから出て行ってもよいものにすれば混雑は減らせる。